

BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Gambaran Umum Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan di Dusun Karang Jambe Desa Beji Kecamatan Junrejo Kota Batu dengan teknik pengambilan sampel adalah *insidental sampling*, yaitu peneliti bertemu dengan responden secara kebetulan yang memiliki kriteria inklusi sesuai dengan penelitian. Dari jumlah populasi di Dusun Karang Jambe Desa Beji Kecamatan Junrejo sebanyak 2.412 orang, dari jumlah populasi tersebut didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin adalah sebanyak 97 responden.

5.2 Uji Validitas dan Reliabelitas

Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuisisioner dengan tipe pertanyaan terbuka dan tertutup. Untuk jenis pertanyaan terbuka yaitu berupa identitas responden, dilakukan validitas isi dan validitas muka. Validitas isi yaitu membandingkan isi instrument berupa item pertanyaan dengan isi yang telah ditetapkan pada indikator, dan validitas muka dilakukan untuk mengetahui kata atau kalimat pada item pertanyaan dalam kuisisioner jelas dan tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda oleh responden. Untuk jenis pertanyaan tertutup yaitu berupa pertanyaan mengenai iklan obat nyeri kepala dan pemilihan obat, dilakukan validitas isi, validitas muka, dan validitas konstruksi. Uji validitas konstruksi dilakukan dengan cara konsultasi dengan para ahli, kemudian kuisisioner di sebar kepada 30 responden diluar sampel penelitian yang mirip dengan kriteria inklusi dan eksklusi. Kemudian untuk mengetahui hasil valid atau tidaknya item pertanyaan pada kuisisioner, dilakukan pengujian validitas konstruksi dengan cara mengkorelasikan antar skor item jawaban faktor dengan skor total dari jawaban responden dengan menggunakan SPSS 18.0 dan microsoft excel. Selanjutnya dilakukan validasi konstruksi, dari 22 item pertanyaan didapatkan hasil bahwa 6 item pertanyaan tidak valid, kemudian item pertanyaan yang tidak valid tersebut dihapus dari kuisisioner penelitian sehingga tersisa 16 item pertanyaan.

Tabel V.1 Hasil Pengujian Validasi

No.	Pertanyaan	Koofisien Korelasi	r-Tabel Product Moment	Keterangan
1.	X1	0,541	0,361	Valid
2.	X2	0,541	0,361	Valid
3.	X3	0,253	0,361	Tidak valid
4.	X4	0,647	0,361	Valid
5.	X5	0,289	0,361	Tidak valid
6.	X6	0,404	0,361	Valid
7.	X7	-0,130	0,361	Tidak valid
8.	X8	0,533	0,361	Valid
9.	X9	0,365	0,361	valid
10.	X10	0,189	0,361	Tidak valid
11.	X11	0,563	0,361	Valid
12.	X12	-0,028	0,361	Tidak valid
13.	X13	0,608	0,361	Valid
14.	X14	0,534	0,361	Valid
15.	X15	0,509	0,361	Valid
16.	Y1	0,839	0,361	Valid
17.	Y2	0,231	0,361	Tidak valid
18.	Y3	0,678	0,361	Valid
19.	Y4	0,389	0,361	Valid
20.	Y5	0,610	0,361	Valid
21.	Y6	0,400	0,361	Valid
22.	Y7	0,555	0,361	Valid

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan *Alpha Cronbach* menggunakan bantuan SPSS 18.0. Untuk 16 item pertanyaan yang terdiri dari 10 pertanyaan terkait iklan obat nyeri kepala didapatkan nilai reliabilitas 0,729 dan 6 pertanyaan mengenai pemilihan obat didapatkan nilai reliabilitas 0,742. Hasil tersebut dikatakan reliabel karena nilai minimal dikatakan reliabel adalah 0,60. Dari hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuisioner yang digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini dikatakan valid dan reliabel.

Tabel V.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1.	Independen	0,729	Reliabel
2.	Dependen	0,742	Reliabel

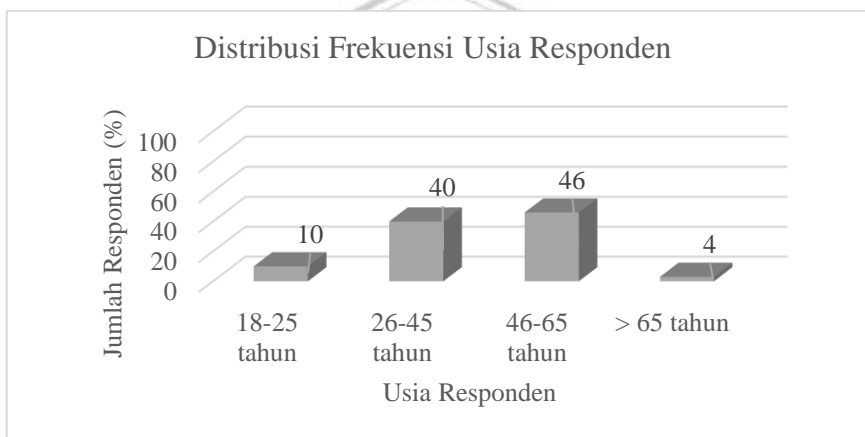
5.3 Demografi Responden

5.3.1 Usia

Distribusi frekuensi usia responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel V.3 Distribusi Frekuensi Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
18-25 tahun	10	10
26-45 tahun	39	40
46-65 tahun	45	47
Lebih dari 65 tahun	3	4
Jumlah	97	100



Gambar 5.1 Distribusi dan Frekuensi Usia Responden (N=97)

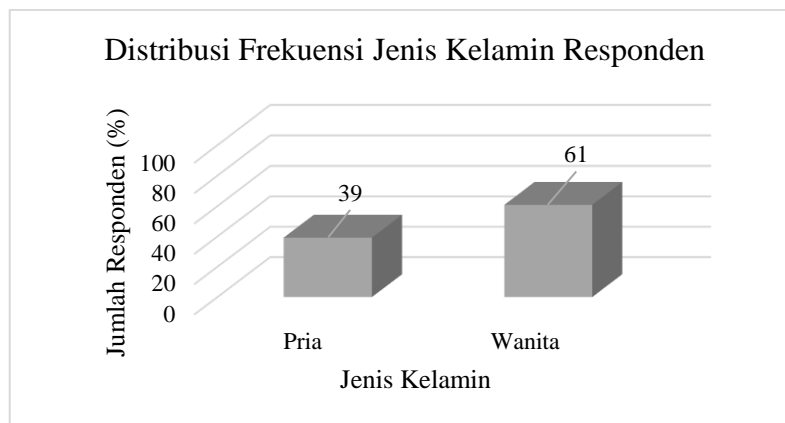
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa usia responden terbanyak adalah 46-65 tahun dengan hasil 46%.

5.3.2 Jenis Kelamin

Distribusi frekuensi jenis kelamin responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel V.4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	38	39
Wanita	59	61
Jumlah	97	100



Gambar 5.2 Distribusi dan Frekuensi Jenis Kelamin Responden (N=97)

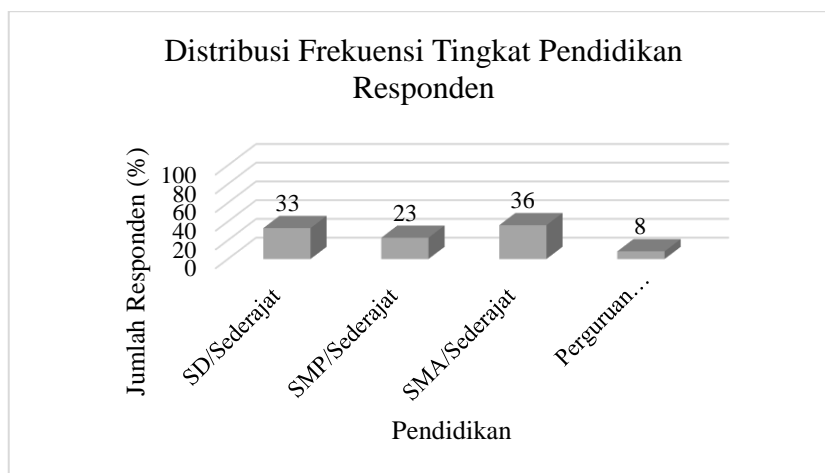
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa jenis kelamin responden terbanyak adalah wanita dengan hasil 61%.

5.3.3 Tingkat Pendidikan

Distribusi frekuensi pendidikan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel V.5 Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD/Sederajat	32	33
SMP/Sederajat	22	23
SMA/Sederajat	35	36
Perguruan Tinggi	8	8
Jumlah	97	100



Gambar 5.3 Distribusi dan Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden (N=97)

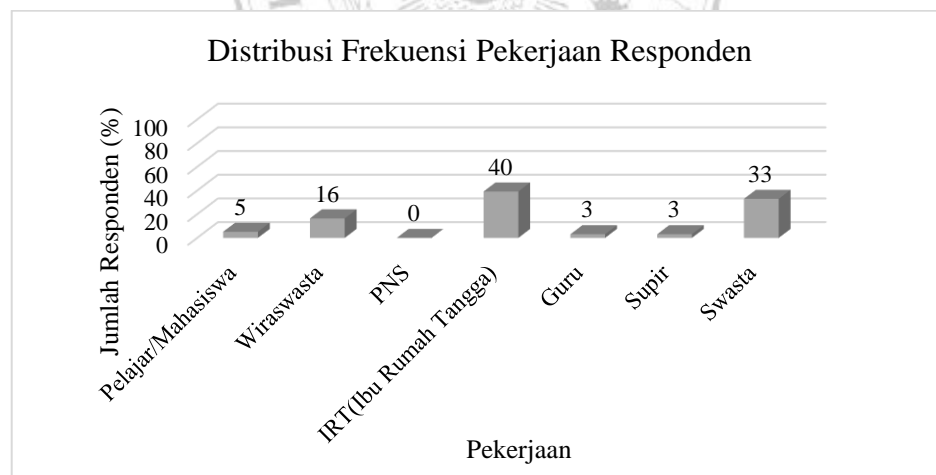
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa pendidikan responden terbanyak adalah SMA/Sederajat dengan hasil 36%.

5.3.4 Pekerjaan

Distribusi frekuensi pekerjaan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel V.6 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	5	5
Wiraswasta	16	16
PNS	0	0
IRT(Ibu Rumah Tangga)	38	40
Guru	3	3
Supir	3	3
Swasta	32	33
Jumlah	97	100



Gambar 5.4 Distribusi dan Frekuensi Pekerjaan Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah IRT (Ibu Rumah Tangga) dengan hasil 40 %.

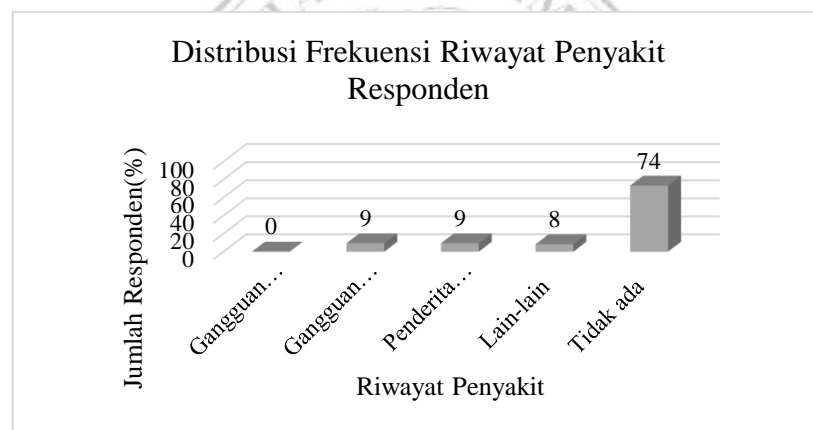
5.3.5 Jawaban Pertanyaan

Distribusi frekuensi jawaban pertanyaan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

5.3.5.1 Distribusi Frekuensi Riwayat Penyakit Responden

Tabel V.7 Distribusi Frekuensi Riwayat Penyakit Responden

Riwayat Penyakit	Jumlah Responden	Persentase (%)
Gangguan Fungsi Hati	0	0
Gangguan Saluran Cerna	9	9
Penderita Saluran Cerna	9	9
Lain-lain	8	8
Tidak ada	71	74
Jumlah	97	100



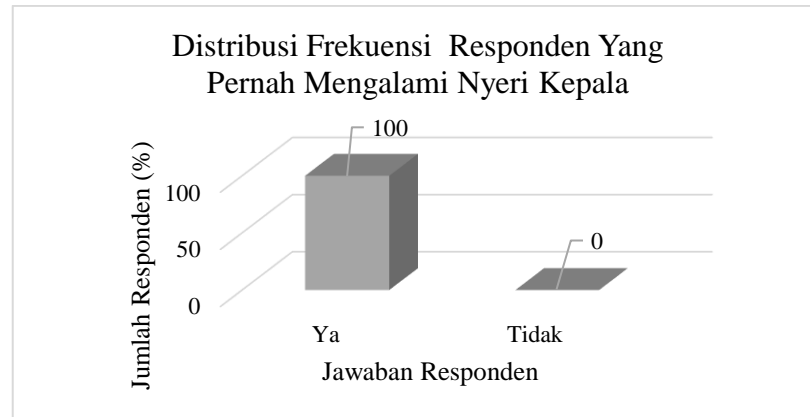
Gambar 5.5 Distribusi dan Frekuensi Riwayat Penyakit Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan hasil terbanyak adalah responden tidak memiliki riwayat penyakit dengan hasil 74 %.

5.3.5.2 Riwayat Responden yang Pernah Mengalami Nyeri Kepala

Tabel V.8 Distribusi Frekuensi Responden Yang Pernah Mengalami Nyeri Kepala

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	97	100
Tidak	0	0
Jumlah	97	100



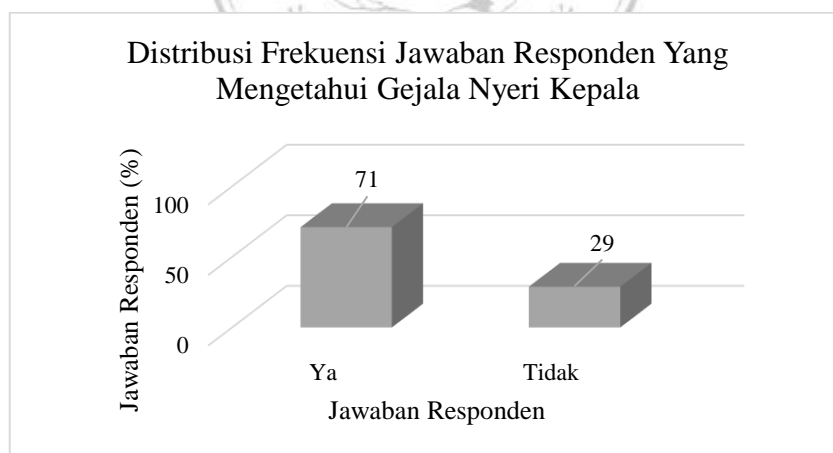
Gambar 5.6 Distribusi dan Frekuensi Responden Yang Pernah Mengalami Nyeri Kepala (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden adalah ya dengan hasil 100%.

5.3.5.3 Pengetahuan Responden Mengenai Gejala Nyeri Kepala

Tabel V.9 Distribusi Frekuensi Responden Yang Mengetahui Gejala Nyeri Kepala

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	69	71
Tidak	28	29
Jumlah	97	100

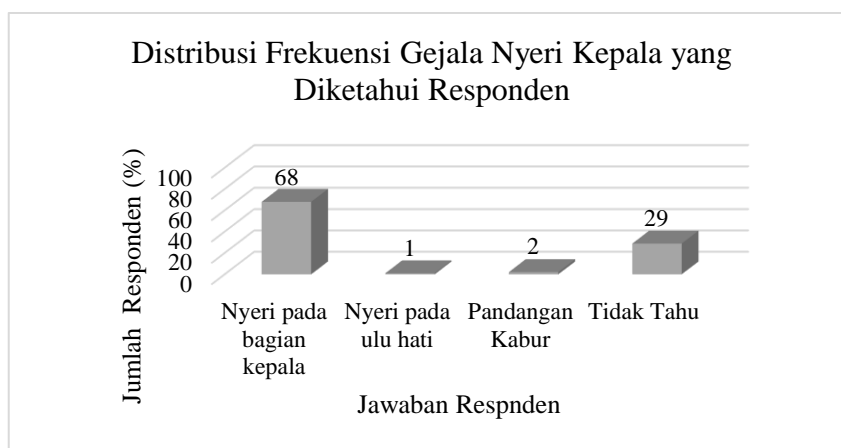


Gambar 5.7 Distribusi dan Frekuensi Responden Yang Mengetahui Gejala Nyeri Kepala (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden terbanyak adalah ya (mengetahui gejala nyeri kepala) dengan hasil 71%.

Tabel V.10 Distribusi Frekuensi Gejala Nyeri Kepala yang Diketahui Responden

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Nyeri pada bagian kepala	66	68
Nyeri pada ulu hati	1	1
Pandangan Kabur	2	2
Tidak Tahu	28	29
Jumlah	97	100

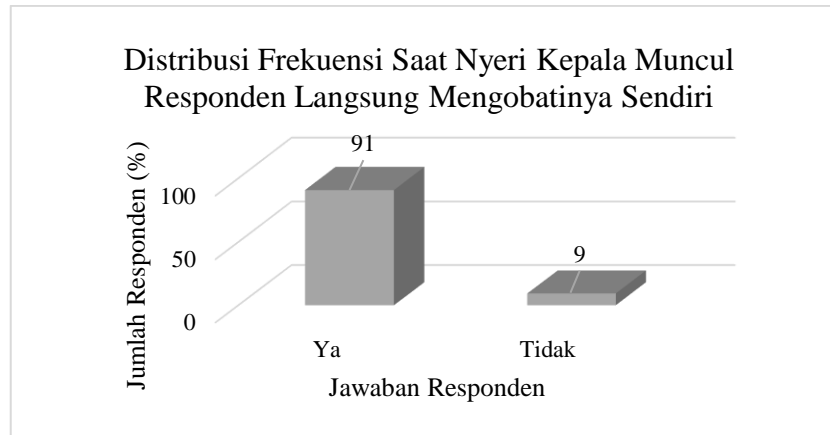
**Gambar 5.8** Distribusi dan Frekuensi Gejala Nyeri Kepala yang Diketahui Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terbanyak mengenai gejala nyeri kepala adalah nyeri pada bagian kepala dengan hasil 68%.

5.3.5.4 Swamedikasi Responden Mengenai Gejala Nyeri Kepala

Tabel V.11 Distribusi Frekuensi Saat Nyeri Kepala Muncul Responden Langsung Mengobatinnya Sendiri

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	88	91
Tidak	9	9
Jumlah	97	100



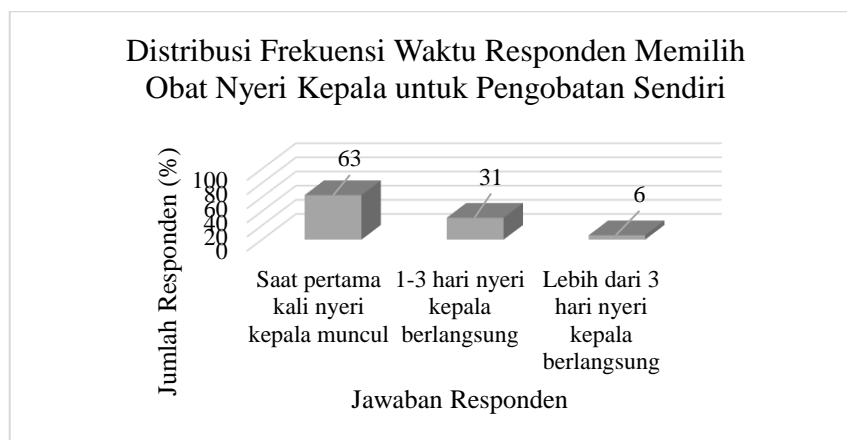
Gambar 5.9 Distribusi Frekuensi Saat Nyeri Kepala Muncul Responden Langsung Mengobatinnya Sendiri (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden terbanyak adalah ya dengan hasil 91%.

5.3.5.5 Waktu Responden Memutuskan Swamedikasi

Tabel V.12 Distribusi Frekuensi Waktu Responden Memilih Obat Nyeri Kepala untuk Pengobatan Sendiri

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Saat pertama kali nyeri kepala muncul	61	63
1-3 hari nyeri kepala berlangsung	30	31
Lebih dari 3 hari nyeri kepala berlangsung	6	6
Jumlah	97	100



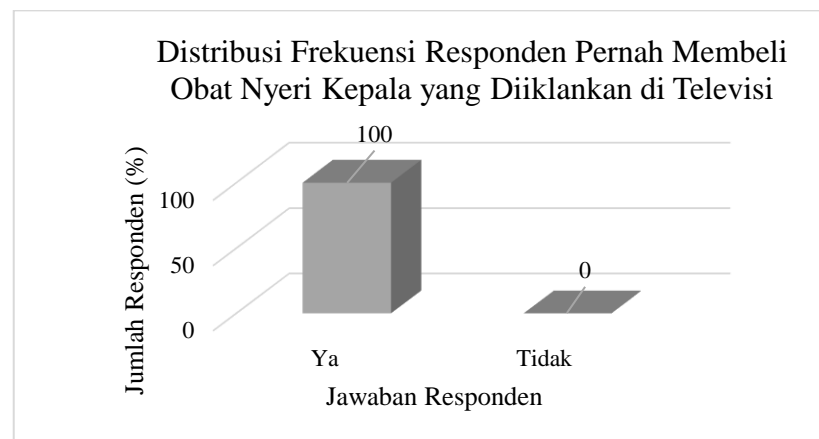
Gambar 5.10 Distribusi Frekuensi Waktu Responden Memilih Obat Nyeri Kepala untuk Pengobatan Sendiri (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terbanyak adalah memilih obat saat pertama kali nyeri kepala berlangsung dengan hasil 63%.

5.3.5.6 Pengalaman Responden Membeli Obat yang Diiklankan di Televisi

Tabel V.13 Distribusi Frekuensi Responden Pernah Membeli Obat Nyeri Kepala yang Diiklankan di Televisi

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	97	100
Tidak	0	0
Jumlah	97	100



Gambar 5.11 Distribusi Frekuensi Responden Pernah Membeli Obat Nyeri Kepala yang Diiklankan di Televisi (N=97)

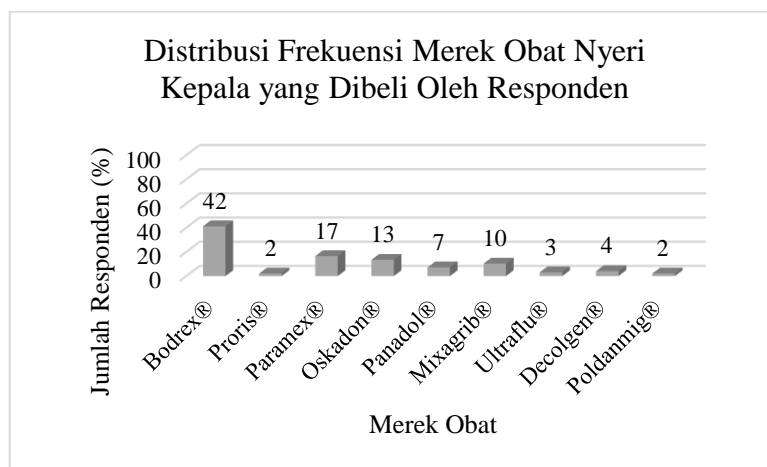
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden terbanyak adalah ya dengan hasil 100%.

Tabel V.14 Distribusi Frekuensi Merek Obat Nyeri Kepala yang Dibeli Oleh Responden

Merek Obat	Jumlah Responden	Persentase (%)
Bodrex®	40	42
Proris®	2	2
Paramex®	16	17
Oskadon®	13	13
Panadol®	7	7
Mixagrib®	10	10
Ultraflu®	3	3

Lanjutan tabel V.14

Merek Obat	Jumlah Responden	Persentase (%)
Decolgen®	4	4
Poldanmig®	2	2
Jumlah	97	100



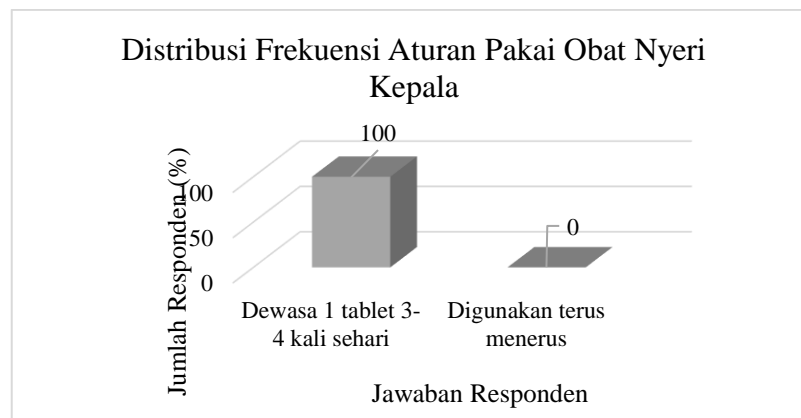
Gambar 5.12 Distribusi Frekuensi Merek Obat Nyeri Kepala yang Dibeli Oleh Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terbanyak adalah responden memilih obat merek bodrex® dengan hasil 42%.

5.3.5.7 Pengetahuan Responden Mengenai Aturan Pakai Obat Nyeri Kepala

Tabel V.15 Distribusi Frekuensi Aturan Pakai Obat Nyeri Kepala

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Dewasa 1 tablet 3-4 kali sehari	97	100
Digunakan terus menerus	0	0
Jumlah	97	100



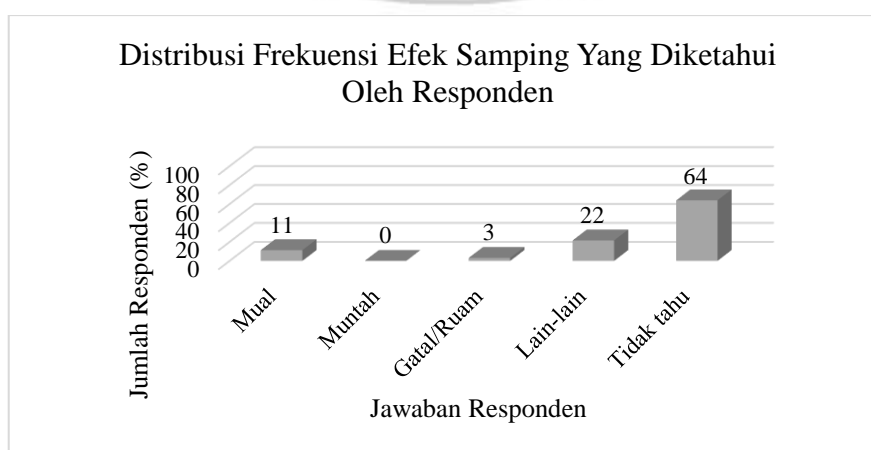
Gambar 5.13 Distribusi Frekuensi Aturan Pakai Obat Nyeri Kepala (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden terbanyak adalah ya dengan hasil 100%.

5.3.5.8 Pengetahuan Responden Mengenai Efek Samping Obat Nyeri Kepala

Tabel V.16 Distribusi Frekuensi Efek Samping yang Diketahui oleh Responden

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mual	11	11
Muntah	0	0
Gatal/Ruam	3	3
Lain-lain	21	22
Tidak tahu	62	64
Jumlah	97	100



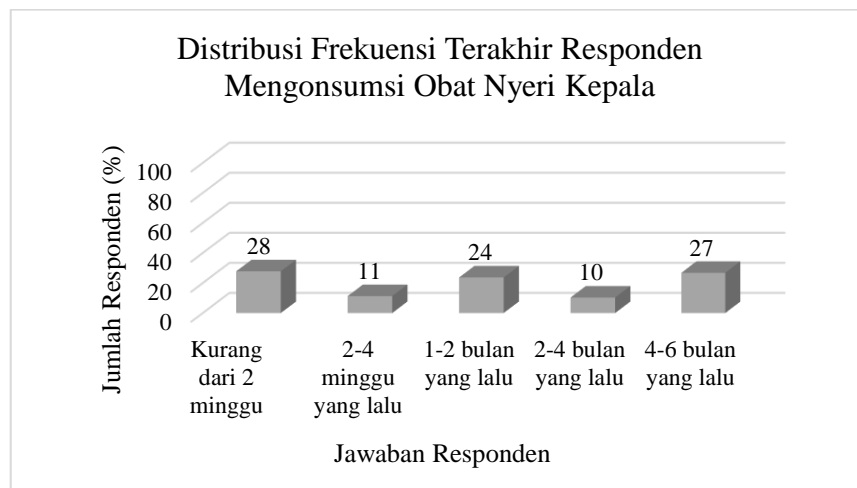
Gambar 5.14 Distribusi Frekuensi Efek Samping Yang Diketahui Oleh Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terbanyak adalah responden tidak mengetahui efek yang tidak diinginkan dengan hasil 64%.

5.3.5.8 Waktu Terakhir Responden Swamedikasi Obat Nyeri Kepala

Tabel V.17 Distribusi Frekuensi Terakhir Responden Mengonsumsi Obat Nyeri Kepala

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Kurang dari 2 minggu	27	28
2-4 minggu yang lalu	11	11
1-2 bulan yang lalu	23	24
2-4 bulan yang lalu	10	10
4-6 bulan yang lalu	26	27
Jumlah	97	100



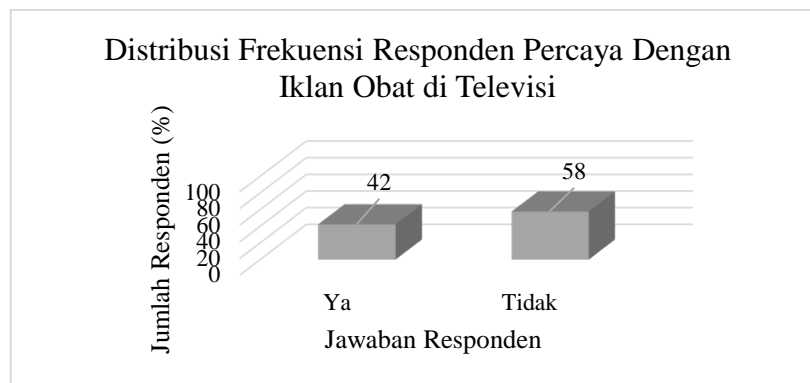
Gambar 5.15 Distribusi Frekuensi Terakhir Responden Mengonsumsi Obat Nyeri Kepala (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terakhir responden menggunakan obat yang diiklankan di televisi terbanyak adalah kurang dari 2 minggu dengan hasil 28%.

5.3.5.9 Media Informasi yang Digunakan Responden Terkait Swamedikasi Obat Nyeri Kepala

Tabel V.18 Distribusi Frekuensi Responden Percaya Dengan Iklan Obat di Televisi

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	41	42
Tidak	56	58
Jumlah	97	100

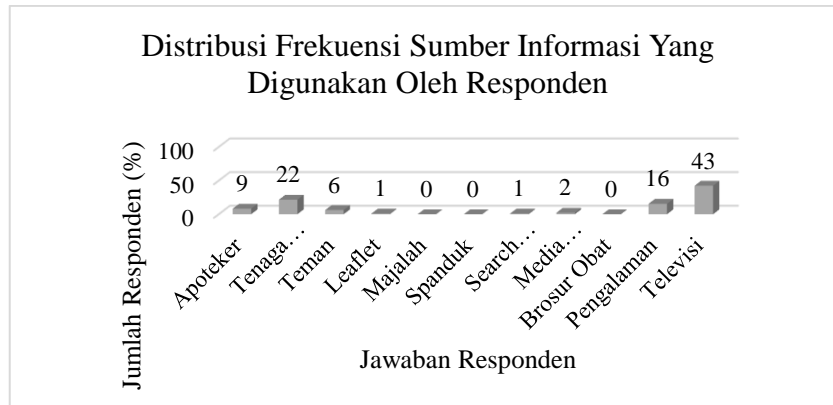


Gambar 5.16 Distribusi Frekuensi Responden Percaya Dengan Iklan Obat di Televisi (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jawaban responden terbanyak adalah tidak dengan hasil 58%.

Tabel V.19 Distribusi Frekuensi Sumber Informasi Yang Digunakan Oleh Responden

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase (%)
Apoteker	8	9
Tenaga kesehatan lain (dokter, perawat, bidan)	21	22
Teman	6	6
Leaflet	1	1
Majalah	0	0
Spanduk	0	0
Search engine (google)	1	1
Media sosial (Facebook, youtube)	2	2
Brosur Obat	2	0
Pengalaman	15	16
Televisi	41	43
Jumlah	97	100



Gambar 5.17 Distribusi Frekuensi Sumber Informasi Yang Digunakan Oleh Responden (N=97)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak mendapatkan informasi dari iklan obat di televisi dengan hasil 43%.

5.4 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Tertutup

Tabel V.20 Distribusi Frekuensi Variabel Independen (N=97)

Item	Jawaban		Persentase	Keterangan
Pertanyaan	Responden		(%)	
	Ya	Tidak		
Indikator Obyektif				
3.	75	22	77	Nyeri kepala menghilang setelah mengonsumsi obat
9.	25	72	26	Iklan memberikan informasi efek samping obat
Indikator Lengkap				
1.	97	0	100	Pernah melihat iklan obat nyeri kepala di televisi
2.	95	2	98	Mengetahui merek obat nyeri kepala di televisi
10.	73	24	75	Pada iklan tertera <i>Sport</i> peringatan obat
Indikator Tidak Menyesatkan				
4.	12	85	12	Tertarik dengan artis atau pemeran

Lanjutan tabel V.20

Item Pertanyaan	Jawaban Responden		Prosentase (%)	Keterangan
	Ya	Tidak		
5.	21	76	22	Percaya khasiat obat dari adegan yang diperankan
6.	62	35	64	Iklan obat nyeri kepala di televisi menarik
7.	93	4	96	Iklan menggunakan Bahasa Indonesia yang mudah dimengerti
8.	92	5	95	Informasi iklan mudah dimengerti

Berdasarkan data di atas dari 97 responden menjawab masing-masing item pertanyaan dari variabel independen dengan 3 indikator yaitu obyektif, lengkap, dan tidak menyesatkan sesuai dengan kriteria iklan Obat di televisi dalam Peraturan Kepala Badan POM nomor 8 tahun 2017.

Tabel V.21 Distribusi Frekuensi Variabel Dependen

Item Pertanyaan	Jumlah Responden		Persentase (%)	Keterangan
	Ya	Tidak		
1	47	50	48	Pemilihan obat nyeri kepala didasari iklan di televisi
2	20	77	21	Pemilihan obat karena adegan sesuai dengan gejala penyakit
3	70	27	72	Pemilihan obat karena bahasa jelas dan mudah dipahami

lanjutan tabel V.21

Item Pertanyaan	Jawaban Responden		Prosentase (%)	Keterangan
	Ya	Tidak		
4	52	45	54	Melakukan pengobatan sendiri karena iklan obat di televisi
5	75	22	77	Perlu adanya iklan obat di televisi
6	68	29	70	Iklan di televisi berpengaruh terhadap pemilihan obat secara swamedikasi

Berdasarkan data di atas dari 97 responden menjawab masing-masing item pertanyaan dari variabel dependen dengan indikator tanggapan masyarakat terkait pemilihan obat yang di iklankan di televisi secara swamedikasi.

5.5 Analisis Data

5.5.1 Analisis Korelasi

Tabel V.22 Hasil Analisa Data Spearman Rank Correlation

Correlations			Iklan Obat Nyeri Kepala	Swamedikasi
Spearman's rho	Iklan Obat Nyeri Kepala	Correlation Coefficient	1,000	,529**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	97	97
	Swamedikasi	Correlation Coefficient	,529**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil yang diperoleh dengan teknik analisis *Spearman Rank Correlation* menggunakan SPSS 18.0, diperoleh hasil r hitung = 0,529 (0,05 ; N=97), dan nilai r tabel (N=100) adalah 0,195. Karena nilai r hitung (0,529) > r tabel (0,195) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah adanya pengaruh antara iklan obat nyeri kepala di televisi terhadap sikap pemilihan obat secara swamedikasi pada masyarakat.

Nilai tersebut berada pada interval nilai koefisien korelasi $0,40 < |r| \leq 0,70$ yang berarti kekuatan hubungannya cukup berarti atau sedang.

5.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel V.23 Hasil Analisa Data Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,611	,677		-,903	,369
Iklan Obat Nyeri Kepala	,607	,099	,530	6,099	,000

a. Dependent Variable: Swamedikasi

Hasil olah data regresi diperoleh hasil persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = -0,611 + 0,607x$. Hasil persamaan tersebut diartikan bahwa tindakan swamedikasi terhadap obat nyeri kepala yang diiklankan di televisi akan meningkat sebesar 0,607 (b) satuan untuk setiap penambahan satu satuan iklan obat nyeri kepala di televisi.

5.4.3 Analisis Uji t (Parsial)

Tabel V.24 Hasil Analisa Data Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,962	,931		-1,034	,304
Obyektif	,553	,261	,196	2,117	,037
Lengkap	,767	,311	,217	2,468	,015
Tidak Menyesatkan	,595	,151	,368	3,956	,000

a. Dependent Variable: Swamedikasi

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dari ketiga indikator pada variabel independen yang berpengaruh terhadap tindakan swamedikasi adalah ketiga indikator tersebut berpengaruh dengan membandingkan t tabel 1,988 (df = 95). Nilai terbesar adalah indikator tidak menyesatkan dengan hasil t hitung 3,956. Kedua adalah indikator lengkap dengan hasil 2,468. Dan yang terakhir adalah indikator obyektif dengan hasil t hitung 2,117.